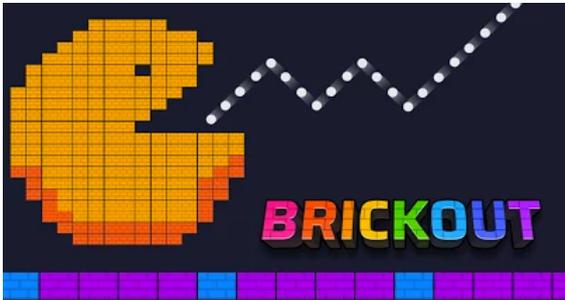


비트망고, 몰로코와의 광고 추적 제한(LAT) 대상 테스트 캠페인으로 다가올 포스트 IDFA 시대 준비



비트망고(대표 이기섭)는 2011년 창립된 모바일 퍼즐 게임 회사로, 알파벳 쿠키를 조합하여 글자를 만들어 내는 'Word Cookies'와 세 개의 같은 색 버블을 맞추어 버블 벽을 허무는 'Bubble Pop' 등의 대표작으로 잘 알려져 있다. 비트망고는 작년 한 해에만 해도 1000억 매출을 달성했고 2020년 2분기 기준, 퍼즐 게임 장르에서 글로벌 퍼블리싱 순위 6위를 기록하며 꾸준히 성장하고 있다.

도전 과제

포스트 IDFA 시대의 도래

애플이 iOS 14 업데이트에 맞춰 애플 기기 내 광고 ID인 IDFA의 추적 제한을 발표하며, 비트망고는 iOS 사용자들 대상의 타겟팅 및 퍼포먼스 측정을 위한 대안이 필요했다.

몰로코와의 협업



일부 타이틀 대상

LAT/비-LAT 테스트 캠페인 실행



컨텍스트슈얼 시그널로 학습하는

몰로코의 LAT 모델이 최적화 거듭



담당자의 세밀한 관리 및

테스트 캠페인 사후 리포트로 인사이트 제공

결과



설치 볼륨 증가

'Brickout-Shoot the Ball' 타이틀:

ROAS 수치 유지하면서도, 몰로코를 통해 들어오는 설치 볼륨 6% 증가. 최근 70%까지 비중 추가 성장.

LAT 트래픽 관련 인사이트 도출

트래픽 경쟁 치열하지 않아 상대적으로 낮은 eCPM으로 사용자 확보가 가능하다는 것을 파악.

전환율은 기존 캠페인보다 낮았으나, 저렴한 CPM으로 결과적으로 더 낮은 단가에 비슷한 퀄리티의 유저를 데려올 수 있는 기회 확인.

Client's Testimonial

"비트망고 내부적으로 LAT 유저들의 퀄리티를 확신할 수 없어 적극적인 확장이 이루어지지 못하였는데, 이번 LAT 캠페인 테스트 후 LAT 사용자 또한 기존 사용자들과 비슷한 리텐션과 높은 가치의 Paying User Rate(PUR)을 보인다는 점을 확인할 수 있었다"

"몰로코의 훌륭한 머신러닝 엔진 덕분에 가장 적합한 유저를 타겟팅 할 수 있었고, 데이터가 쌓일수록 더 높은 퍼포먼스를 보여 장기적인 캠페인 운영을 가능하게 했다"

- 최소현 BD 매니저, 비트망고